1.4. "La Gula del Norte" markari buruz emandako informazioa kontuan hartuz, zein da marka garatzeko erabiltzen den estrategia? Erantzuna argudia ezazu abantailak eta eragozpenak aipatuz (0,5 puntu).

1.5. "La Gula del Norte"k duen marka kapitala, gainontzeko lehiakideekin eta banatzaile-markekin konparatuz, altua da. Zer da banatzaile-marka bat? Zer adierazten du marka-kapital altuak? (0,5 puntu)

1.6. "Krissia"k lata-formatu berri bat sortu du duela gutxi. Formatu hau erabat berria da produktu kategoria honetan eta merkatuan aitzindaria da. Ontzi berri honi esker produktuaren freskotasuna eta kalitatea hobeto mantentzen dira, kontserbagarriak eta estaltzeko olioa erabili gabe. Ontzi honen ezaugarriak eta funtzioak komenta itzazu (0,5 puntu).



2.

"Krissia"ren azken barietatearen prezioa zehazterako orduan, Angulas Aguinagak hautemandako balioaren metodoa erabili du eta hurrengo informazioa lortu du:

	Krissia	A Marka	B Marka	C Marka	Batez-bestekoa
Ebaluaketa Indizea	1,3	0,85	1,1	0,75	1
Prezio erreala	3,5	2,7	3	2,2	2,85

Emandako datuen arabera eta metodo hau kontuan hartuz,

2.1. Zure ustez, "Krissia"ren prezioa egokia al da? Erantzuna argudia ezazu (0,5 puntu).

2.2. Zein da merkatuko markarik lehiakorrena? Erantzuna argudia ezazu (0,5 puntu).

2.3. "La Gula del Norte" 5,80 euroko prezioan saltzen da Eroskin. Banatzaileak salmenta prezioaren gaineko %35eko kanporako marjina aplikatzen badu, zein preziotan erosten dio produktu hau Angulas Aguinagari? (0,5 puntu)

3.3. Enpresa batek banaketaren alorrean hartu beharreko erabakien artean, produktuen banaketa fisikoari buruzkoak dira. Nola deitzen zaie erabaki hauei? Zergatik dira hain garrantzitsuak Henkelentzat? (0,5 puntu)

3.4. Eroskiri dagokionez, Henkelen produktuak Eroskik Elorrion duen banaketa-zentro edo plataformara iristen dira. Zein da banaketa-zentro hauen eta ohiko biltegien artean dagoen diferentzia? (0,5 puntu)

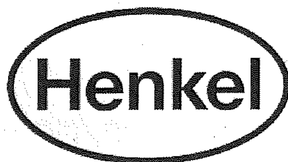


Henkelek duela gutxi "*Loctite Super Glue-3 Perfect Pen*" izeneko produktua merkaturatu du. Konponketa txukun eta eraginkorrak egiteko itsasgarri bat da eta boligrafo itxura duen ontzi batean saltzen da.

Loctite markaren inguruan komunikazio ekintza desberdinak burutu ditu enpresak azken urtean; besteak beste, honakoak:

2.4. Enpresa honen produktuen prezioak lehiakideenak baino altuagoak dira. Zein da estrategia honen izena? Kasu honetan egokia iruditzen zaizu? Erantzuna argudia ezazu (0,5 puntu).

3.



Henkel kontsumoko eta industriako produktu ugari saltzen dituen Alemaniako enpresa multinazional bat da eta hiru negozio-alor nagusi ditu: etxea garbitzeko produktuak, kosmetikoak eta itsasgarriak.

Lixiben artean aski ezagunak diren markak saltzen ditu; besteak beste, Neutrex, Conejo eta Estrella. Produktu hauek ahalik eta eskuragarrien egiteko asmoz, banaketa-enpresa askoren hipermerkatu, supermerkatu, deskontu dendak eta abar erabiltzen ditu.

Banaketa enpresa hauetako batzuk oso handiak eta ospetsuak dira, baina badira tamaina txikiko xehekariak ere. Azken hauek, negoziazio-indar ahula dute Henkelekiko eta multinazionalaren irizpideak jarraitzen dituzte prezio-politika, produktuen kokapena eta gainerako erabakien inguruan.

3.1. Banaketa-kanalaren antolaketa kontuan hartuz, zein banaketa-sistema erabiltzen du Henkelek xehekari txikien kasuan? Erantzuna arrazoitu (0,5 puntu).

3.2. Merkatua estaltzeko zein banaketa-estrategia erabiltzen du Henkelek lixiben kasuan? Zein dira estrategia horren abantaila eta eragozpen nagusiak? Erantzunak arrazoitu (0,5 puntu).

a) Supermerkatu eta hipermerkatuetan "*Loctite Super Glue-3 Perfect Pen*" nabarmenago egiteko erakusgailu bereziak diseinatu ditu.

b) Produktu berria aurkezteko iragarkiak ezarri ditu telebistan.

c) "Formula Student" unibertsitate-lehiaketan parte hartuko duten bederatzi talde babestu ditu, laguntza tekniko eta materiala emanez.

d) Henkeleko saltzaileek banatzaileak bisitatu dituzte produktu berria aurkeztuz.

e) Loctite erosiz gero, opari seguru eta original bat lortzeko aukera eman zaie bezeroei (kotxea garbitzeko bonua, taxietan 10 euroko deskontua lortzeko bonua,...).

4.1. Identifika itzazu enpresak erabilitako komunikazio tresnak (0,5 puntu).

4.2. b) ekintza oinarritzat hartuz, aplika itzazu ondorengo kontzeptuak kasuari (0,75 puntu):

- **Medioa:**

- **Euskarria:**

- **Mezuaren edukia eta formatoa.**

- **Pretesta:**

4.3. Zein baldintza bete beharko litzateke, Loctiteri dagokionez, enpresak komunikazio integratua egiten duela esateko? Erantzuna arrazoitu (0,25 puntu).